

Adjust、マーケターに役立つ CTV 市場の最新情報を解説するレポート

「CTV ガイド：アプリマーケターのためのインサイト」をリリース

～2023年の月間 CTV インプレッション数が 10 億を超えると予測、

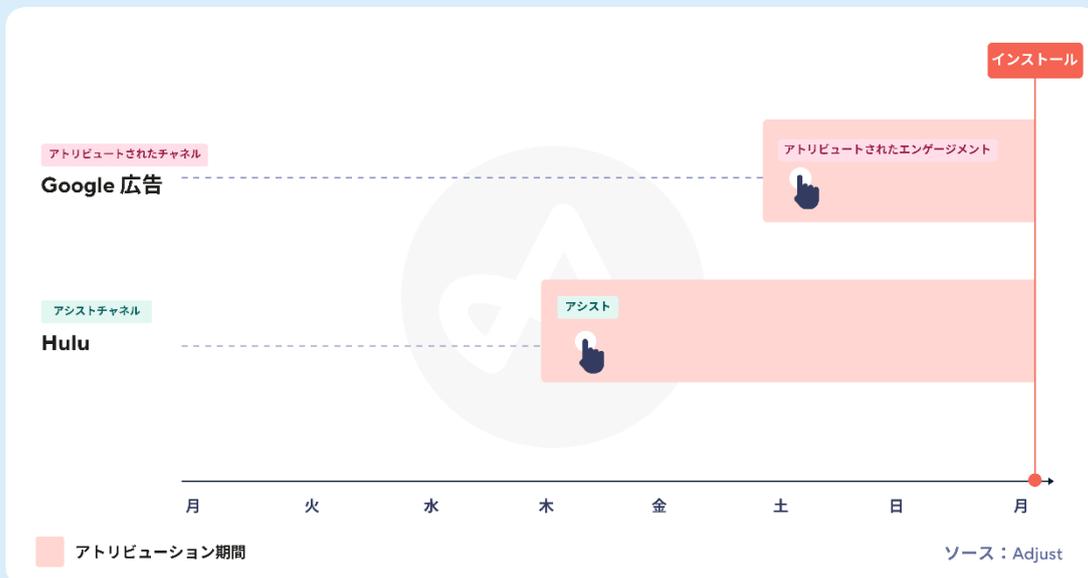
急激な成長を遂げる CTV エコシステムを業界リーダーからの

インサイトを交えて徹底分析～

アシストのパワーを活用



例えば、ラストタッチアトリビューションモデルでインストールの貢献がGoogle広告に割り当てられたとします。Adjustのダッシュボードでは、CTVで視聴されたHuluも貢献していることが確認できます。



Adjustのアシストダッシュボードでは、アシスト効果が可視化されるため、マーケターはマルチチャネルキャンペーンにおけるファネル全体のパフォーマンスを把握できます。

モバイルマーケティング アナリティクス スイートの [adjust \(アジャスト\) 株式会社](#) (本社：独・ベルリン、CEO (最高経営責任者)：サイモン・デュサル、日本ゼネラルマネージャー：佐々直紀) は、世界的に見たコネクテッド TV (CTV) の広告費用が 2026 年までに 326 億ドルに達すると予測される中、「[【2023年版】CTV ガイド：アプリマーケターのためのインサイト](#)」を発表します。

ADJUST

本レポートでは、CTV 広告の可能性と注意点、効果の計測方法、CTV 分野をリードする業界のキープレイヤーからのアドバイスなど、CTV 広告の世界を深く掘り下げています。

Adjust は 2022 年、業界初の包括的な CTV ソリューションである [CTV AdVision](#) をローンチしました。これにより、効果の可視化が課題であった CTV 広告業界の断片化と計測の不透明さを解決しました。**CTV のインプレッション数は 2022 年には月平均 2 億 5,000 万にまで成長し、2023 年の年末までには月間 10 億を突破すると予測されています。**



CTV の導入率上昇に伴い広告効果を正確に把握する計測機能の強化が必要

Adjust は、CTV の導入が増える動きが今後も続く見込んでいます。現在、CTV を通して米国のインターネットユーザーの 93%にリーチできると予測しています。**日本においても、Video Research によると、CTV 普及率は 2022 年では約 57%と過半数以上まで増加しました。**このように、CTV テクノロジーと CTV 広告は、アプリメーカーにとってますます必要不可欠なものとなっているのです。

CTV 広告には、潜在的なユーザーをファネル上部（認知）からファネル下部（アクション）へと促し、ファネルの奥に位置するチャネルを通してコンバージョンに至らせる力「アシスト」力があり、その影響を計測することは今後ますます重要性を増していきます。

Adjust コネクテッド TV 部門・新規チャネル部門ディレクター

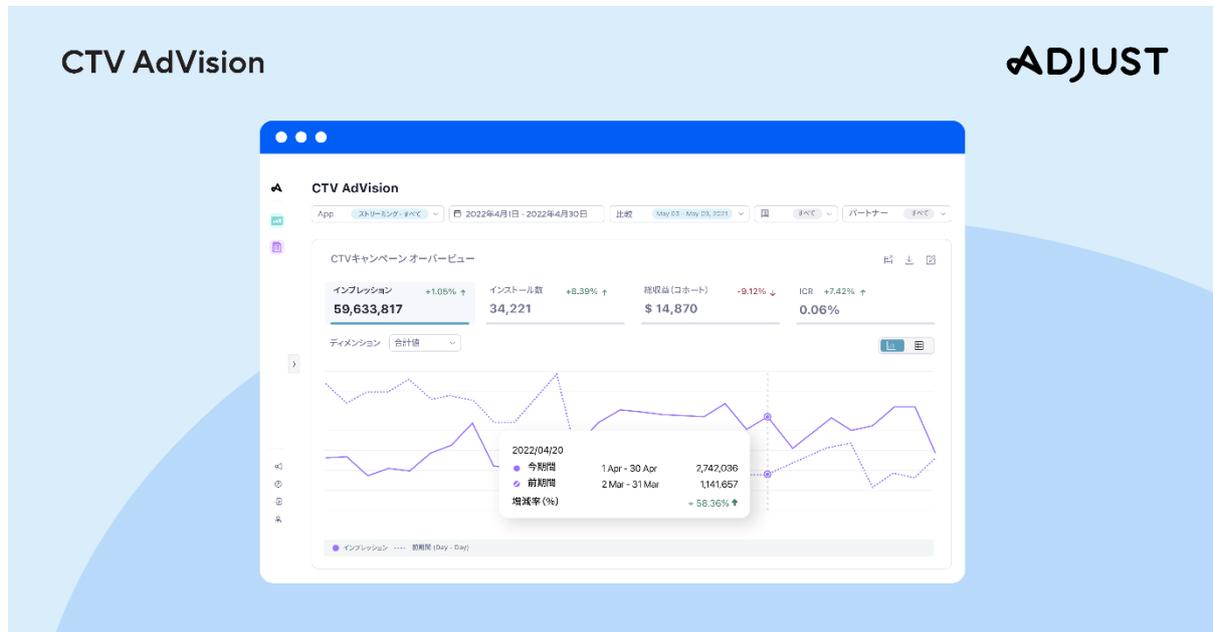
ハイスベルト・ポルス, Ph.D (Gijsbert Pols)

平均的な marketer は、およそ 14 の異なるプラットフォームでキャンペーンを実施しています。そのため、どのプラットフォームが最も価値のあるユーザーをもたらしているかを理解し、他のチャネルにおける CTV 広告の影響を完全に把握することが欠かせません。現在、検索やソーシャルなどのチャネルから発生する**インストール数の最大 4 分の 1 が CTV キャンペーンのアシストによるものであり、CTV の成長は勢いを増しています。**

ADJUST

2023 年版 CTV ガイドの主なポイント：

- CTV 業界に関する最新の調査結果
- マーケターが CTV 広告で直面する直近の課題
- アプリのグローバル展開に必要なステップ
- インフルエンサーマーケティングの ROI を計測する方法



さらに本ガイドでは、モバイルアプリマーケターが CTV でマーケティングを成功させる方法について、日本からは ABEMA や UNICORN、海外からは Vibe、tvScientific、Wurl といった Adjust の CTV パートナーからの予測事項や実践的なアドバイスが紹介されています。

株式会社 AbemaTV ABEMA ビジネスディベロップメント本部 シニアプロダクトマネージャー 綾瀬 龍一 氏
CTV 広告は、TVCM とデジタルマーケティングの良さを兼ね備えた素晴らしいマーケティングチャネルです。ABEMA の CTV 広告では、若年層へのリーチや、1stPartyData などを用いたターゲティングなどによって高い広告効果を出せた事例が増えてきています。さらに、Adjust の CTV AdVision を活用することで CTV 経由のアプリインストール効果を可視化し、良質なユーザーのインストールを増やすこともできます。このように CTV 広告は、TVCM のような認知獲得を目的とするブランディング広告や、インストール獲得を指標とするアプリマーケティングなど幅広い目的で活用が可能です。

UNICORN 株式会社 CEO 山田 翔 氏

「CTV 広告」の需要が高まる中、「VOD」を経由して配信される広告は、多くの場合、スマートデバイスへの配信と CTV への配信が共存しているため、単に「テレビ広告と同じ規格で配信を行う」のではなく、ターゲットや商材との相性を考えながら、双方同時にアプローチを行う必要があると考えています。なかでも、デバイスの特性に合わせたクリエイ

ADJUST

イブ制作には、重きを置く必要があるでしょう。広告効果を高めるためには、こうしたサービスに関する情報を、十分に理解していくことも大切です。

「UNICORN」は、Adjust の、CTV 広告計測ソリューションのパートナーであり、Adjust 経由で配信された CTV 広告は、UNICORN による効果計測とデータの可視化ができるため、プロモーション全体の戦略設計を考えることに注力できます。

Adjust 日本ゼネラルマネージャー 佐々直紀

Adjust の [CTV AdVision](#) は、市場初の包括的な CTV 計測ソリューションです。マーケターは、モバイルアプリのインストールやインストール後のイベントにおける CTV キャンペーンの影響を正確に理解し、CTV が他のマーケティングチャネルのコンバージョンをどのように促進しているかを一目で把握して、キャンペーンを素早く最適化することができます。

日本においても CTV は益々普及し、CTV 広告予算は上昇しています。Adjust は今後も AbemaTV 社や UNICORN 社などのパートナーと共に、日本のマーケターのみなさまをサポートする体制づくりとプロダクトの開発に尽力してまいります。

本レポートは、こちらからダウンロードしてご確認ください。

https://www.adjust.com/ja/resources/ebooks/ctv-insights-for-app-marketers/?utm_medium=release&utm_source=PR&utm_campaign=JA_CTV_GUIDE_RELEASE_2023-AAA-

Adjust について

Adjust(<https://www.adjust.com/ja>)は、モバイルアプリやコネクテッドテレビ（CTV）など、プラットフォームをまたいでアプリを計測し、アプリの成長を目指す世界中のマーケターから信頼を得ています。急成長中の IT 企業から、初めてアプリを立ち上げる実店舗を運営する企業まで、アプリマーケティングのあらゆるステージで顧客と連携しています。Adjust の強力な計測・分析スイートが提供する可視性とインサイト、必須ツールが、マーケターがより優れた成果を達成できるようサポートします。

Adjust は、AppLovin（Nasdaq：[APP](#)）のグループ会社で、本社所在地はドイツのベルリンです。